

ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ И УЧЕТ НА ПРЕДПРЕЯТИИ
ECONOMICS, MANAGEMENT AND BUSINESS ACCOUTING

УДК 339.13(075.8)

DOI: 10.18413/2409-1634-2024-10-1-0-5

Герасименко О.А.,
Михайлов М.Н.

**ПРОСТРАНСТВЕННАЯ АКТИВНОСТЬ:
НОВЫЙ КОНКУРЕНТНЫЙ ИСТОЧНИК
МЕТОДОЛОГИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Российская Федерация, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85

e-mail: gerasimenko@bsu.edu.ru, dodge9@yandex.ru

Аннотация.

В статье исследованы научные концепции пространственной активности человека с позиции медицины, урбанистики, маркетинга, пространственной экономики. Уточнено авторское понятие пространственная активность, как индивидуальная характеристика жителя городской агломерации, отражающая его готовность преодолевать большую дистанцию с целью приобретения необходимых товаров (услуг) в розничных точках продаж, расположенных в относительном отдалении от первой линии объектов недвижимости, при условии, что названные точки отвечают ряду потребительских запросов (совокупность маркетинговых, географических и цифровых факторов) и их достижение укладывается в определенные сценарии поведения данного жителя и проходимое им среднедневное расстояние. Научные исследования носят фрагментарно-интуитивный характер, отсутствует аналитическая взаимосвязь между активностью человека и стратегическим планированием бизнеса. Все большее число целевой аудитории готовы к пространственной активности и изменению паттерна поведения в отношении покупки товара либо получения услуги. Сравнительный анализ позволил определить безразличное расстояние в виде пространственной активности в 7 000 шагах, что апробировано и подтверждено результатами маркетингового исследования на кроссплатформенном мессенджере Telegram. Результаты позволяют констатировать научный факт о пространственной активности клиента в зоне второй и третьей линии городской агломерации. Условиями для активности клиента являются без барьерная среда, инфраструктурное благоустройство территории, условия всепогодного движения. Инструментом управления паттерна поведения клиента может являться цифровая карта, позволяющая определить оптимальные точки для открытия бизнеса.

Ключевые слова: пространственная активность, пространственная активность клиента, паттерн, модель поведения клиента, благоустроенная инфраструктура, цифровая бизнес-карта.

Информация для цитирования: Герасименко О. А., Михайлов М. Н. Пространственная активность: новый конкурентный источник методологии и стра-

тегического управления // Научный результат. Экономические исследования. 2024. Т.10. № 1. С. 52-64. DOI: 10.18413/2409-1634-2024-10-1-0-5

Olga A. Gerasimenko,
Mihail N. Mihailov

**SPATIAL ACTIVITY: A NEW COMPETITIVE SOURCE
FOR STRATEGIC MANAGEMENT METHODOLOGY**

Belgorod National Research University, Russian Federation, Pobedy St., 85,
Belgorod, 308015, Russia

e-mail: gerasimenko@bsu.edu.ru, dodge9@yandex.ru

Abstract

The article explores scientific concepts of human spatial activity from the perspective of medicine, urban planning, marketing, and spatial economics. The author's concept of spatial activity has been clarified as an individual characteristic of a resident of an urban agglomeration, reflecting his willingness to travel a long distance in order to purchase necessary goods (services) at retail points of sale located at a relative distance from the first line of real estate, provided that these points correspond to a number of consumer demands (a set of marketing, geographic and digital factors) and their achievement fits into certain scenarios of behavior of a given resident and the average daily distance traveled by him. Scientific research is fragmented and intuitive; there is no analytical relationship between human activity and strategic business planning. An increasing number of target audiences are ready for spatial activity and a change in behavior patterns in relation to purchasing a product or receiving a service. A comparative analysis made it possible to determine the indifferent distance in the form of spatial activity in 7,000 steps, which was tested and subject to the results of marketing research on the cross-platform messenger Telegram. The results allow us to state a scientific fact about the client's spatial activity in the zone of the second and third lines of the urban agglomeration. The conditions for the client's activity are a barrier-free environment, infrastructural improvement of the territory, and all-season traffic conditions. A tool for managing a client's behavior pattern can be a digital map that allows you to determine the optimal points for opening a business.

Key words: spatial activity, spatial activity client, pattern, client behavior model, well-structured infrastructure, digital business card.

Information for citation: Gerasimenko O. A., Mihailov M.N. "Spatial activity: a new competitive source of methodology and strategic management", *Research Result. Economic Research*, 10(1), 52-64, DOI: 10.18413/2409-1634-2024-10-1-0-5

Введение

Для исследовательского обобщения нами проанализирована трансформация концепций медицинского, маркетингового, экономического, урбанистического направлений (1996-2022 гг.). Под активностью человека в библиографических источниках понимается темп движения и интенсивность действий человека. Автором

установлено, что под пространственная активность – это индивидуальная характеристика жителя городской агломерации, отражающая его готовность преодолевать большую дистанцию с целью приобретения необходимых товаров (услуг) в розничных точках продаж, расположенных в относительном отдалении от первой линии объектов недвижимости, при условии, что

названные точки отвечают ряду потребительских запросов и их достижение укладывается в определенные сценарии поведения данного жителя и проходимое им среднеедневное расстояние [Тхориков Б.А., Герасименко О.А., 2022].

В медицинских концепциях исследования активности человека изначально в фокусе научного внимания было влияние пройденного расстояния на здоровье человека. Гиппократ считал ходьбу главным лекарством от всех болезней. Научные труды Gary O'Donovan, I-Min Lee, Mark Hamer, Emmanuel Stamatakis [O'Donovan G. ... , 2017], Piercy [Piercy et al., 2018], Lear [Lear et al., 2017], Калинина В.М. [Калинин В.М., 2008, 2009], Булич Э.Г., Муравова И.В. [Булич Э.Г., 2003], Сыч В.Ф. [Сыч В.Ф., 2004], Хардман А. [Хардман А., 1996], Янченко С.В., Вольского В.В. [Янченко С.В., Вольский В.В., 2019], Краснова И.С. [Краснов И.С., 2013] определили факторы и условия продолжительности жизни в виде активности человека, но имели фрагментарный характер.

В XX веке научный акцент смещается в поле генеалогических исследований формирования, использования и благоустроенности урбанистики городских пространств. Ряд работ ученых российских и зарубежных урбанистов Яна Гейла [Гейл Я., 2012], Wang F. [Wang F., 2019], Грибкова С.И., Кильдишева С.В. [Грибкова С.И., 2016], Ефимова Е. [Ефимов В., 2003], Короленко А.Р. [Короленко А.Р., 2019], Остащенко М.С. [Остащенко М.С., 2018], Уварова Б. [Уваров Б., 2019] объектами исследований признавали

предпосылки изменения городской среды и комфортные условия активности человека в ней.

В маркетинговом аспекте возможность управления двигательной активностью рассматривается, пожалуй, только с позиции геймификации – пользователям различных гаджетов предлагается соревноваться друг с другом по пройденному расстоянию, операторы мобильной связи обменивают шаги на гигабайты и прочее.

По мере развития и усложнения рыночных отношений, происходит дополнение маркетинговых концепций пространственными взаимодействиями научных и бизнес-сообществ. Пространственная активность исследуется Prahalad С.К., Venkat Ramagwany [Pralhad С.К., Ramagwany V., 2004], Гранберг А.Г. [Гранберг А.Г., 2009.], Минакир П.А. [Минакир П.А., 2001], Багиевым Г.Л. [Багиев Г.Л., 2014], Пинчук А.В., Серовой Е.Г., Шульга А.О. [Багиев Г.Л., Пинчук А.В. ..., 2012], Фроловым Д.П. [Фролов Д.П., 2013] как системный механизм сочетания географических, маркетинговых, управленческих и цифровых решений.

Первое упоминание понятия пространственная активность связано с медицинскими исследованиями неврологических расстройств (30-е гг. 20 в.). С целью научного обоснования потенциальных возможностей использования понятия «пространственная активность» в методологии стратегического маркетинга проведен реферативный обзор на основе исследовательской платформы Google Scholar (табл. 1).

Таблица 1

Результаты контент-анализа понятия «Spatial activity»
 (в англоязычной версии поисковой системе Google Scholar)

Table 1

Results of content analysis of the concept «Spatial activity»
 (in the English version of the Google Scholar search engine)

Результаты поиска	Научный источник (максимальный индекс цитирования)	Контекст упоминания
30-е годы 20 века	результат отсутствует	
30-60-е годы 20 века		
Spatial activity	<u>Some observations on apraxia</u>	Исследование понятия с точки

Результаты поиска	Научный источник (максимальный индекс цитирования)	Контекст упоминания
Результатов: примерно 11 (0,06 сек.)	W Mayer-Gross - 1935 – journals.sagepub.co Цитируется: 136	зрения травм головы в концепции апраксии. Связь с конструктивными аномалиями.
60-90-е годы 20 века		
Spatial activity Результатов: примерно 897 (0,04 сек.)	<u>A short version of spatial activity questionnaire</u> ML Signorella, MH Krupa, W Jamison, N Lyons - Sex Roles, 1986 - Springer Цитируется: 44	Разработана анкета пространственной активности для измерения участия в космической деятельности с точки зрения гендерных стереотипов. Предлагаются варианты использования анкеты в исследованиях половых различий в пространственных характеристиках.
	<u>Sex differences in spatial ability and spatial activities</u> N Newcombe, MM Bandura, DG Taylor - Sex roles, 1983 - Springer Цитируется: 315	Обосновывается половое различие пространственной активности и способностей мужчин и женщин. Результаты исследований подтверждены прямой корреляцией оцениваемой маскулинностью у мужчин (вторичные половые признаки).
	<u>On the spatial behaviour of Indian crested porcupines (<i>Hystrix indica</i>)</u> D Saltz, PU Alkon - Journal of Zoology, 1989 - Wiley Online Library Цитируется: 21	Понятие пространственная активность анализируется на примере дикобразов, установлена связь модели расселения хохлатого дикобраза гибки и с доступностью кормов. Используемый набор аналитических процедур рекомендуется для будущих исследований пространственной активности животных.
	<u>Adaptive iterative image restoration with reduced computational load</u> SN Efstratiadis, AK Katsaggelos - Optical engineering, 1990 - spiedigitallibrary.org Цитируется: 46	Использование термина пространственная активность при восстановлении изображения высокого визуального качества.
	<u>Activity analysis of spatial-allocation models</u> TA Broadbent - Environment and Planning A, 1973 - journals.sagepub.com Цитируется: 19	Показано использование концепции анализа деятельности для построения городских моделей (многосекторной системы «производство-потребления»). Выявлены модель розничной торговли с одним ограничением и модель Лоури (генерируют коэффициенты видов деятельности и товаров), что обеспечивает набор системных показателей при

Результаты поиска	Научный источник (максимальный индекс цитирования)	Контекст упоминания
		оценке проектов.
	<u>Space-Time Budgets, Public Transport, and Spatial Choice</u> PC Forer, H Kivell - Environment and Planning A, 1981 - journals.sagepub.com Цитируется: 75	Рассматривается проблема доступа к городским объектам для домохозяйств без автомобилей (анализ системы общественного транспорта, временной бюджет) для определения «окон» свободного времени в течение дня. Разграничиваются потенциальные зоны действия и пространственной активности для оценки различий в доступе и выборе между объектами.
	<u>The fractal simulation of urban structure</u> M Batty, PA Longley - Environment and Planning a, 1986 - journals.sagepub.com Цитируется: 193	Утверждается, что иерархическая структура городов должна использоваться с применением модели дискретного выбора индивидуального пространственного поведения (анализ пространственной активности при постройке домов).
21 век		
Spatial activity Результатов: примерно 1390 (0,13 сек.)	<u>Spatial territoriality in the Semanggi embankment area</u> IC Hakim, K Sunoko, O Purwani - IOP Conference Series: Earth ..., 2020 - iopscience.iop.org Цитируется: 5	Проанализированы территориальные данные густонаселенных районов (на примере трущоб) посредством пространственной активности населения, установлена зависимость результатов пространственной активности и неравномерным пространственным ростом.
	<u>Nutrition behaviors in polish adults before and during COVID-19 lockdown</u> E Błaszczuk-Bębenek, P Jagielski, I Bolesławska... - Nutrients, 2020 - mdpi.com Цитируется: 20	Исследование условий для оценки питания в ситуации пониженной пространственной активности связаны с коронавирусной пандемией и изоляцией.
	<u>Unifying spatial and social network analysis in disease ecology</u> GF Albery, L Kirkpatrick, JA Firth... - Journal of Animal ..., 2021 - Wiley Online Library Цитируется: 16	Внедрение как пространственных, так и социальных поведенческих данных (пространственная активность) в концепции экологии болезней.
	<u>Personalized long-and short-term preference learning for next POI recommendation</u> Y Wu, K Li, G Zhao, Q Xueming - IEEE Transactions on ..., 2020 - ieeexplore.ieee.org Цитируется: 13	Предложена модернизированная модель POI (достопримечательность или другой объект, отмеченный точкой на карте) для прогнозирования пространственной активности и местоположения объекта.

Результаты реферативного анализа свидетельствуют о возрастающем интересе к пространственной активности, как объекту управления, одновременно сочетающему взаимосвязанные мотивы, сценарии и особенности передвижения человека в современной городской среде, позволяющие проследить, оценить и изменить которые можно с помощью оставляемого им индивидуального цифрового следа.

Цель научного исследования – формулирование определения и системная характеристика понятия «пространственной активности клиентов (целевой аудитории)» как нового объекта стратегического планирования.

Результат научной статьи – встраивание понятия пространственной активности клиента в концепцию стратегического планирования бизнеса в малопривлекательные городские зоны 2 и 3 линии.

Задачей научного исследования является обобщение научных исследований понятия пространственная активность в концепции стратегического планирования бизнеса на примере сценарного анализа готовности клиента к совершению покупки/получению услуги в зоне 2 и 3 линии города.

Вопросы научного исследования:

RQ1: Как изменилась пространственная активность человека в эволюционном развитии?

RQ2: Готов ли к увеличению и наращиванию пространственной активности клиент при совершении покупки, получении услуги?

RQ3: Созданы ли инфраструктурные условия для пространственной активности клиента и стратегических возможностей открытия бизнеса?

Гипотезы.

H1. Происходит активное развитие нового паттерна поведения клиента, направленного на готовность к дополнительному движению в территориальном пространстве и сочетающее рациональные свойства ведения домашнего хозяйства,

возможность заниматься активным образом жизни.

H2. Все большее число потенциальных клиентов готовы к увеличению пространственной активности в территориальные зоны 2 и 3 линии городской агломерации, в которых созданы благоприятные инфраструктурные условия и стратегические возможности для открытия бизнеса.

Методы исследования.

Результаты авторского исследования получены на основе следующих методов:

- контент-анализ: обобщение и систематизация научных положений и концепций исследования;
- социологический опрос: сбор информации;
- графический: визуальная интерпретация полученных результатов исследования.

Описание проведения исследования.

Основная часть

Описание проведения исследования.

H1. Происходит активное развитие нового паттерна поведения клиента, направленного на готовность к дополнительному движению в территориальном пространстве и сочетающее рациональные свойства ведения домашнего хозяйства, возможность заниматься активным образом жизни.

Джон Медина, известный на Западе биолог и эволюционист, в своей книге «Правила мозга» [Соловьев М., 2021] приводит естественный факт: в среднем в день древний человек преодолевал расстояние более 19 км (27 143 шагов). Обстоятельства, которые этому способствовали вполне объяснимы – удовлетворение физиологических потребностей, образ жизни, охота и прочее.

В 18 веке солдаты Суворова А. и Фридриха Великого ежедневно преодолевали до 40 км (57 143 шагов). В 18 веке города строили в торгово-промышленной зоне, рядом с крупным заводом или в

удобном торговом узле: на берегу реки, рядом с крупным трактом. Основное население городов составляли купцы и ремесленники, занятые торговлей и промышленностью. Купцы владели торговыми рядами, ремесленники – мелким производством одежды, обуви, продуктами питания, предметами обихода, роскоши. Ремесленники передвигались ежедневно около 1,5 км (3 000 шагов), дом и мастерская располагались рядом, активность заключалась только в процессе ведения торговли. Активность крестьян в сезонные работы составляла около 40 км (57 143 шагов).

В 2019 год мировая средняя пространственная активность человека составляла 6 531 шагов. Проведены социоло-

гические исследования и по отдельным профессиональным направлениям. Официант в среднем совершает 23 000 шагов в день, медсестра – 16 000, продавец-консультант – 15 000 шагов, курьер – 30 000 шагов [Вагнер-Кузнецов Д., 2018]. За один день домохозяйка в среднем совершает 11 000 шагов, преодолевая по дому 5-7 км.

Подтвердим авторскую гипотезу маркетинговым экспериментом, проведенным на кроссплатформенном мессенджере Telegram (март-апрель 2021 г.). Число респондентов составило 1505 человек из 12 крупных городов России. Число шагов определяется эмпирически, в 1 км – 1420 шагов (табл. 2).

Таблица 2

Результаты маркетингового опроса на кроссплатформенном мессенджере Telegram

Table 2

Results of a marketing survey on the cross-platform messenger Telegram

Город	Численность населения, тыс. чел.	Число автомобилей/число автомобилей на душу населения	Расстояние, км/число шагов, доля процентов от общего числа респондентов
Архангельск	346 979	58 000 / 0,16	5 км, 7 100 шагов (30%)
Белгород	394 142	131 142 / 0,3	5 км, 7 100 шагов (28%)
Екатеринбург	1 493 749	446 500 / 0,3	5 км, 7 100 шагов (30%)
Иркутск	623 562	177 715 / 0,3	5 км, 7 100 шагов (37%)
Калининград	489 359	205 530 / 0,4	3 км, 4 260 шагов (30%)
Петропавловск-Камчатский	179 586	87 817 / 0,5	5 км, 7 100 шагов (33%)
Красноярск	1 093 771	365 319 / 0,3	5 км, 7 100 шагов (29%)
Нижний Новгород	1 252 236	363 148 / 0,3	5 км, 7 100 шагов (34%)
Пермь	1 055 397	255 406 / 0,2	3 км, 4 260 шагов (31%)
Ростов-на-Дону	1 137 904	379 301 / 0,3	3 км, 4 260 шагов (29%)
Сыктывкар	244 403	79 675 / 0,3	5 км, 7 100 шагов (42%)
Челябинск	1 196 680	320 000 / 0,3	5 км, 7 100 шагов (31%)

Автором не была установлена прямая зависимость между активностью человека в пространстве и наличием автомобиля. Допускается, что пространственная активность может быть связана с такими факторами, как ритм жизни города, менталитет жителей, образ жизни, территориальные возможности городской агломерации.

Ключевым способом перемещения человека выделен пеший (рис. 1). Отметим, что ежедневная активность каждого 10 человека из опрашиваемых составляет более 10 км (14 200 шагов). Региональные исследования подтвердили факт мировой средней пространственной активности в число шагов более 7 000.

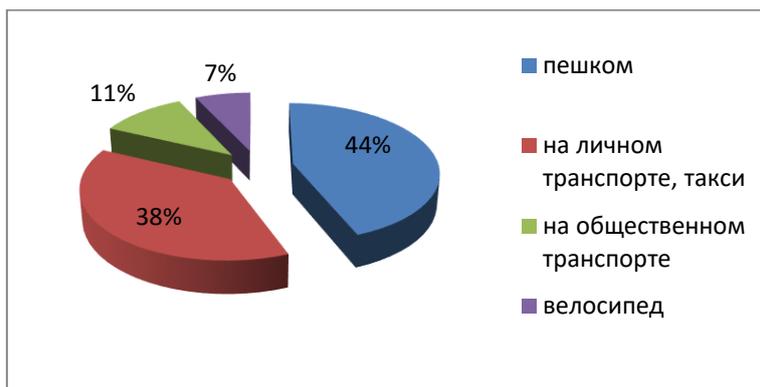


Рис. 1. Основные способы передвижения клиента в пространстве (источник: составлено авторами)

Fig. 1. The main ways the client moves in space

Более 70% участников опроса подтвердили желание к ежедневной пространственной активности (Иркутск, Петропавловск-Камчатский, Екатеринбург), готовность к показателям активности происходит естественно, это происходит эпизодически, нецеленаправленно. Дискомфорта не наблюдается при данной интенсивности пространственной активности, более 50% отвечающих испытывают комфорт и удовольствие. В отдельных городах (Петропавловск-Камчатский, Сыктывкар), испытуемые подтвердили, что возможны отдельные ограничения в индикаторах активности движения, возможно, это может

быть связано с погодными, климатическими факторами, а также с особенностями благоустройства территории, сезонности.

Н2. Все большее число потенциальных клиентов готовы к увеличению пространственной активности в территориальные зоны 2 и 3 линии городской агломерации, в которых созданы благоприятные инфраструктурные условия и стратегические возможности для открытия бизнеса.

На рисунке 2 продемонстрируем сочетание пространственной активности человека и изменения паттерна к совершению покупки человека как клиента.

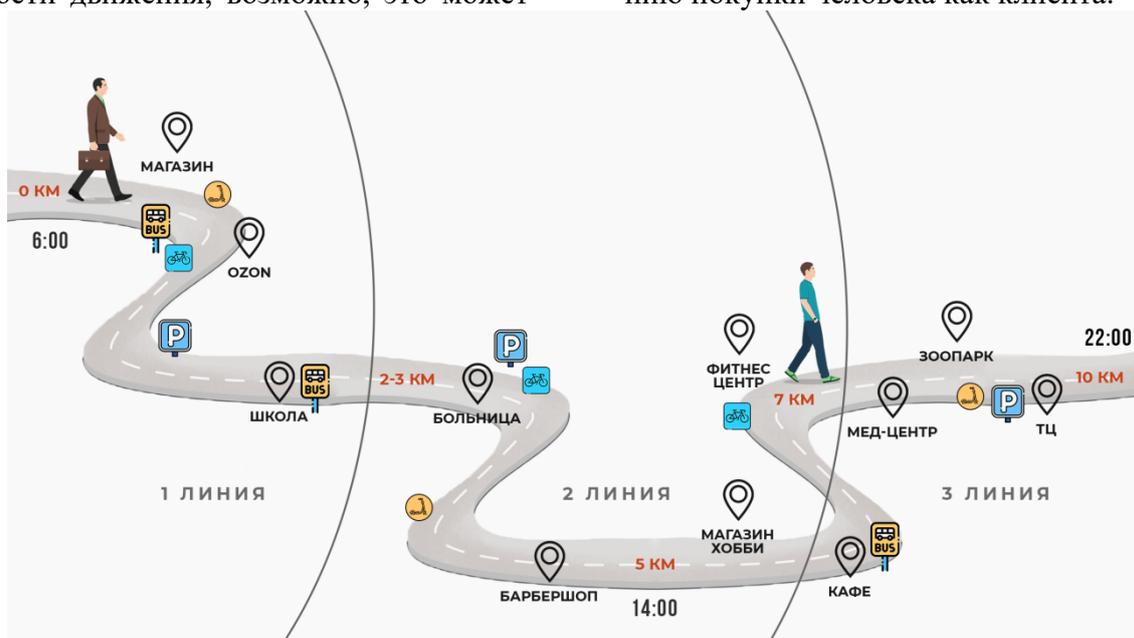


Рис. 2. Сценарный анализ пространственной активности клиента (условный пример)

Fig. 2. Scenario analysis of the client's spatial activity (conditional example)

Проведем анализ сценарного развития поведения клиента в течении дня. В территориальной зоне 1 риелторской линии активность человека связана с удовлетворением домашнего хозяйства (так называемая зона шаговой доступности человека – покупки в магазине, получение услуг, посещение медицинских учреждений, образовательных организаций и т.д.). При этом, клиент готов двигаться в зону 2 территориальной риелторской линии, с целью посещения объектов развлечения, услуг красоты, спортивных центров. Автор не утверждает, что подобные объекты ограничены в 1 зоне, однако, со стороны бизнеса могут быть предложены маркетинговые условия для активного привлечения и создания цепочки уникальной ценности для клиента. Расстояние, которое готов пройти/проехать клиента в обозначенную зону – более 5 км (7 000 шагов). Проведенное исследование показало, что клиент готов двигаться в зоне 2 и 3 риелторской линии, которые малопривлекательны с позиции классического маркетинга. Возможно сочетание нескольких личных мотивов при движении человека: участие и поддержание здорового образа жизни, оптимизация инвестиционных расходов владельцев бизнеса (уменьшение стоимости аренды, при условии расположения во 2 и 3 территориальной зоны, получение услуг/покупка товаров).

На текущий момент времени, во многих городах, входящих в объект исследования (кроме Екатеринбурга, Перми, Челябинска, Петропавловска-Камчатки) созданы благоприятные инфраструктурные условия для передвижения человека. В России на федеральном уровне инициируется и реализуется ряд национальных проектов и программ, направленных на благоустройство и реконструкцию придворовых и прогулочных локаций (национальный проект на 2019-2024 гг. «Жилье и городская среда», «Экология»; Федеральный проект «Формирование комфортной городской среды», государственная программа Российской Федерации «Доступная

среда»). В Белгородской области активно осуществляется Государственная программа «Обеспечение безопасности жизнедеятельности населения и территорий Белгородской области на 2014-2020 годы», «Формирование современной городской среды на территории Белгородской области».

Пандемия коронавируса изменила жизнь многих городов в разных странах и заставила власти по-новому взглянуть на использование пространства, появилась потребность в достаточном месте для соблюдения безопасной дистанции между людьми. Инструментальным аппаратом наглядного представления изменения паттерна поведения клиента может служить цифровая бизнес-карта размещения новых торговых точек городской агломерации. Цифровая бизнес-карта выступает методической и динамично обновляемой эмпирической поддержкой принятия управленческих решений местными органами исполнительной власти при долгосрочном планировании развития территорий, в том числе рационализирующей автомобильный и пешеходный трафик, не допускающей появления депрессивных городских районов, повышающей эффективность мер поддержки субъектов малого и среднего бизнеса и прочее. Что поможет реализации задач национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» и федерального проекта «Цифровые технологии», в том числе задача «Создание "сквозных" цифровых технологий преимущественно на основе отечественных разработок».

Заключение

1. Научный термин «пространственная активность клиента» включает сочетание желания клиента к движению и возможностям передвижения в городском пространстве. Это реализуется при изменении паттерна модели поведения клиента.

2. Методологические исследования пространственной активности находят отражение в смежных научных направлениях

– пространственной экономике, медицинских науках, маркетинге в форме геймификации, урбанистике.

3. Расстояние, преодолеваемое человеком в пространстве в среднем, составляет более 7 000 шагов (5 км), что подтверждено результатами авторского маркетингового эксперимента на кроссплатформенном мессенджере Telegram (12 крупных городов России).

4. Модель клиента в городском пространстве имеет основание к перемещению на дальние расстояния, что с точки зрения бизнеса позволяет констатировать возможность к открытию компаний в зоне второй и третьей линии.

5. Сценарным анализом изменения паттерна поведения клиента является разработка цифровой карты по автоматизации выбора мест для размещения новых торговых точек городской агломерации.

Изменению паттерна поведения клиента способствовал ряд факторов, таких как, развитие и благоустройство городской инфраструктуры, условия ведения социально-экономической деятельности, образ и менталитет жизни. Пространственная активность человека эволюционировала во времени с учетом обозначенных факторов и на текущий момент составляет более 5 км (7 000 шагов) ежедневно. Определенного дискомфорта это не причиняет клиенту, он готов к активности в городе, в случае, если созданы для этого благоприятные условия. Ряд национальных и региональных программ и проектов направлен на развитие придворового, территориального комфорта и условий. В результате проведенного маркетингового исследования на примере 12 крупных городов было выявлено, что клиенты готовы преодолевать и большие расстояния в пространстве, совершая покупки, услуги в зоне, так называемой 2 и 3 линии городской застройки. Обозначенный научный факт позволяет констатировать встраивание исследования пространственной активности клиента в концепцию стратегического планирования бизнеса и открытие компаний в малопривлекательных с точки зрения предпринимателей районах.

влекательных с точки зрения предпринимателей районах.

Список литературы

1. Багиев Г.Л. Формирование концепции маркетинга пространственного взаимодействия // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2014. №1. С.3-14.

2. Булич Э.Г. Здоровье человека: биологическая основа жизнедеятельности и двигательная активность в ее стимуляции. Киев: Олимпийская литература, 2003. 424 с.

3. Вагнер-Кузнецов Д. Какой была жизнь горожан в конце XVIII века в России? URL: https://yandex.ru/q/question/kakoi_byla_zhizn_gorozhan_v_kontse_xviii_d5ad9453 (дата обращения 08.01.2018).

4. Гейл Я. Города для людей. М.: Альпина Паблишер, 2012. 276 с.

5. Гранберг А.Г. Пространственная экономика в системе наук // Российский экономический конгресс: сб. докладов участников (7–12 декабря 2009 г., Москва). Новая экон. ассоциация. Ин-т экономики РАН. URL: <http://www.econorus.org/consp/files/gran.doc> (дата обращения: 01.03.2023)

6. Грибкова С.И., Кильдишева С.В. Проблемы создания устойчивой системы зеленых насаждений с учетом экологических условий города // Новые приемы озеленения. М.: 2016. – 246 с.

7. Ефимов В. Социально-экономическая привлекательность российских городов: сравнительный анализ // Городское управление. 2003. № 11. С. 32.

8. К вопросу о формировании концепции маркетинга пространственного взаимодействия / Багиев Г.Л., Пинчук А.В., Серова Е.Г., Шульга А.О. // Проблемы маркетинга. Логистика. 2012. С. 219-224.

9. Калинин В.М. Вопросы здоровья человека и его связь с двигательной активностью // Вестник КемГУ. 2009. №2. С. 62-65.

10. Калинин В.М. Здоровье населения и окружающая среда обитания // Проблемы обеспечения экологической безопасности в Кузбасском регионе: в 4 кн.; кн. IV; Кемер. регион, отд. Рос. эколог. акад.: КузГТУ. Кемерово, 2008. С. 161-164.

11. Короленко А.Р. Механизмы реорганизации индустриальных зон крупнейших российских городов : дис. канд. экон. наук: 08.00.05 // Научная библиотека диссертаций и авторефератов. URL: <https://www.dissercat.com/> (дата обращения: 03.02.2019).

12. Краснов И.С. Методологические аспекты здорового образа жизни россиян // Физическая культура: науч.-метод. журн. 2013. № 2. URL: <http://sportedu.ru/> (дата обращения: 01.03.2023)

13. Минакир П.А. О пространственной экономике и пространственном развитии // Экономист. 2011. № 9. С. 37-41.

14. Осташенко М.С. Современные проблемы развития городских поселений // Молодой ученый. 2018. №16. С. 165-167.

15. Соловьев М. Эксперимент: 10 000 шагов для современного городского жителя, 2021. URL: https://interesno.co/fitness/da65c7412834_ (дата обращения 27.01.2021).

16. Сыч В.Ф. Биология человека – фундамент здоровьесберегающего воспитания школьников // Новые медицинские технологии в охране здоровья здоровых, в диагностике, лечении и реабилитации больных: сб. мат. XI Междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2004. С. 56-58.

17. Тхориков Б.А., Герасименко О.А. «Пространственная активность клиентов» – новый источник конкурентных преимуществ компании розничной торговли // Практический маркетинг. 2022. №1(298). С. 3-15.

18. Уваров Б. Планировка и благоустройства городов, 2019. URL: <http://www.eduref.ru/> (дата обращения 25.01.2019)

19. Фролов Д.П. Маркетинговый подход к управлению пространственным развитием // Пространственная экономика. 2013. №2. С.65-86.

20. Хардман А. Физическая активность и здоровье // Физическая культура, спорт и здоровье нации: мат. Междунар. конгр. СПб., 1996. С. 135-136.

21. Янченко С.В., Вольский В.В. Как влияет физическая активность на здоровье и продолжительность жизни современного человека // Молодой ученый. 2019. № 15(253). С. 80-83.

22. Lear et al. The Effect of Physical Activity on Mortality and Cardiovascular Disease in 130,000 People From 17 High-Income, Middle-Income, and Low-Income Countries: The PURE

Study. *The Lancet*. 2017. №390(10113). PP. 2643-2654.

23. O'Donovan G., Lee I-Min, Hamer M., Stamatakis E. Association of “Weekend Warrior” and Other Leisure Time Physical Activity Patterns With Risks for All-Cause, Cardiovascular Disease, and Cancer Mortality // *JAMA Internal Medicine*. Original Investigation. 2017. №177(3). PP.335-342.
doi:10.1001/jamainternmed.2016.8014.

24. Piercy et al. The Physical Activity Guidelines for Americans // *JAMA*. 2018. № 320(19).

25. Prahalad C.K., Ramagwany V. The future of competition. Harvard Business School Press, Boston, 2004.

26. Wang F. An examination of a city greening mega-event // *International Journal of Hospitality Management*. 2019. Volume 77. PP. 538-548.

References

1. Bagiev G.L. (2014), “Formirovanie koncepcii marketinga prostranstvennogo vzaimodejstviya” [Formation of the concept of marketing of spatial interaction], *Bulletin of the Research Center for Corporate Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University*, 2014, no. 1: 3-14. (in Russian)

2. Bulich E.G. (2003), “Zdorov'e cheloveka: biologicheskaja osnova zhiznedateljnosti i dvigatel'naja aktivnost' v ee stimuljacii, Human health: the biological basis of life and physical activity in its stimulation, Kyiv: Olympic Literature, 2003, 424 p. (in Russian)

3. Wagner-Kuznetsov D., “Kakoj byla zhizn' gorozhan v konce XVIII veka v Rossii?” [What was the life of townspeople at the end of the 18th century in Russia?], available at: https://yandex.ru/q/question/kakoi_byla_zhizn_gorozhan_v_kontse_xviii_d5ad9453 (Accessed: 01/08/2018). (in Russian)

4. Gail I. (2012), *Goroda dlja ljudej* [Cities for people], M.: Alpina Publisher, 2012, 276 p. (in Russian)

5. Granberg A.G. (2009), “Prostranstvennaja jekonomika v sisteme nauk” [Spatial economics in the system of sciences], *Russian Economic Congress: collection of participants' reports* (December 7–12, 2009, Moscow), New Economics. Association, Institute of Economics RAS, M., available at <http://> //

www.econorus.org/consp/files/gran.doc (Accessed: 01.03.2023). (in Russian)

6. Gribkova S.I., Kildisheva S.V. (2016), "Problemy sozdaniya ustojchivoj sistemy zelenyh nasazhdenij s uchetom jekologicheskix uslovij goroda" [Problems of creating a sustainable system of green spaces taking into account the environmental conditions of the city] // *New landscaping techniques*, M.: 2016, 246 p. (in Russian)

7. Efimov V. (2003), "Social'no-jekonomicheskaja privlekatel'nost' rossijskix gorodov: sravnitel'nyj analiz" [Socio-economic attractiveness of Russian cities: comparative analysis], *City management*, no. 11: 32. (in Russian)

8. Bagiev G.L. et al. (2012), "K voprosu o formirovanii koncepcii marketinga prostranstvennogo vzaimodejstvija" [On the issue of forming the concept of marketing of spatial interaction], *Problems of marketing. Logistics*: 219-224. (in Russian)

9. Kalinin V.M. (2009), "Voprosy zdorov'ja cheloveka i ego svjaz' s dvigatel'noj aktivnost'ju" [Issues of human health and its connection with physical activity], *Bulletin of KemSU*, no. 2: 62-65. (in Russian)

10. Kalinin V.M. (2008), "Zdorov'e nasele-nija i okruzhajushhaja sreda obitanija" [Population health and the environment], *Problems of ensuring environmental safety in the Kuzbass region*: in 4 books; book IV; Kemer. region, department Ross. ecologist. acad.: KuzGTU, Kemerovo, 2008: 161-164. (in Russian)

11. Korolenko A.R. (2019), "Mehanizmy reorganizacii industrial'nyh zon krupnejshix rossijskix gorodov [Mechanisms for the reorganization of industrial zones of the largest Russian cities], Abstract of Ph.D. dissertation, Econ. Sciences: 08.00.05, Scientific library of dissertations and abstracts, available at: <http://www.dissercat.com/> (Accessed: 02.03.2019). (in Russian)

12. Krasnov I.S. (2013), "Metodologicheskie aspekty zdorovogo obraza zhizni rossiyan" [Methodological aspects of a healthy lifestyle of Russians], *Physical culture: scientific method. Magazine*, no. 2, available at: <http://sportedu.ru/> (Accessed: 01.03.2023) (in Russian)

13. Minakir P.A. (2011), "O prostranstvennoj jekonomike i prostranstvennom razviti" [On spatial economics and spatial development], *Economist*. 2011, no. 9: 37-41. (in Russian)

14. Ostaschenko M.S. (2018), "Sovremennye problemy razvitiya gorodskix poselenij" [Modern problems of the development of urban

settlements], *Young scientist*, no. 16: 165-167. (in Russian)

15. Solovyov M. (2021), "Jeksperiment: 10 000 shagov dlja sovremennogo gorodskogo zhitelja" [Experiment: 10,000 steps for a modern city dweller], available at: <https://interesno.co/fitness/da65c7412834> (Accessed: 01/27/2021). (in Russian)

16. Sych V.F. (2004), "Biologija cheloveka – fundament zdorov'eukrepljajushhego vospitanija shkol'nikov" [Human biology is the foundation of health-enhancing education for schoolchildren], *New medical technologies in the protection of the health of healthy people, in the diagnosis, treatment and rehabilitation of patients*: collection of mat. of XI International scientific-practical conf., Penza, 2004: 56-58. (in Russian)

17. Tkhorikov B.A., Gerasimenko O.A. (2022), "«Prostranstvennaja aktivnost' klientov» – novyj istochnik konkurentnyh preimushhestv kompanii roznichnoj torgovli" ["Spatial activity of customers" - a new source of competitive advantages for a retail company], *Practical marketing*, no. 1(298): 3-15. (in Russian)

18. Uvarov B. (2019), "Planirovka i blagoustrojstva gorodov" [Planning and improvement of cities], available at: <http://www.eduref.ru> (Accessed 25.01.2019). (in Russian)

19. Frolov D.P. (2013), "Marketingovyj podhod k upravleniju prostranstvennym razvitiem" [Marketing approach to managing spatial development // *Spatial Economics*], no. 2: 65-86.

20. Hardman A. (1996), "Fizicheskaja aktivnost' i zdorov'e" [Physical activity and health], *Physical culture, sport and health of the nation*: coll. of Intl. Congr., St. Petersburg: 135-136. (in Russian)

21. Yanchenko S.V., Volsky V.V. (2019), "Kak vlijaet fizicheskaja aktivnost' na zdorov'e i prodolzhitel'nost' zhizni sovremennogo cheloveka" [How physical activity affects the health and life expectancy of a modern person], *Young scientist*, no. 15(253): 80-83.

22. Lear et al., (2017), "The Effect of Physical Activity on Mortality and Cardiovascular Disease in 130,000 People From 17 High-Income, Middle-Income, and Low-Income Countries: The PURE Study", *The Lancet*, no. 390(10113): 2643-2654.

23. O'Donovan G., Lee I-Min, Hamer M., Stamatakis E., (2017), "Association of "Weekend Warrior" and Other Leisure Time Physical Activity Patterns With Risks for All-Cause, Cardiovas-

cular Disease, and Cancer Mortality”, *JAMA Internal Medicine. Original Investigation*, no. 177(3): 335-342.
doi:10.1001/jamainternmed.2016.8014.

24. Piercy et al., (2018), “The Physical Activity Guidelines for Americans”, *JAMA*, no. 320(19).

25. Prahalad C.K., Ramagwany V. (2004), *The future of competition*, Harvard Business School Press, Boston, 2004.

26. Wang F. (2019), “An examination of a city greening mega-event”, *International Journal of Hospitality Management*, vol. 77: 538-548.

Информация о конфликте интересов:

авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interest to declare.

Герасименко Ольга Александровна, доцент, кандидат экономических наук, и.о. заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга Института экономики и управления, НИУ «БелГУ», (г. Белгород, Россия).

Olga A. Gerasimenko, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences, Head of the Department of Management and Marketing, Institute of Economy and Management, Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia)

Михайлов Михаил Николаевич, аспирант кафедры менеджмента и маркетинга Института экономики и управления, НИУ «БелГУ», (г. Белгород, Россия).

Mihail N. Mihailov, Graduate Student of the Department of Management and Marketing, Institute of Economy and Management, Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia)